

ОЛЕШКО В. Ф.

Уральский федеральный университет

«ИНФОПАНДЕМИЯ» КАК ЯВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИЙНОЙ ПРАКТИКИ

Исследование выполнено при поддержке гранта РНФ
«Цифровизация коммуникативно-культурной памяти и проблемы её
межпоколенческой трансляции» (№ 19-1800264)

Аннотация: в цифровую эпоху, как доказывает автор, пандемия — это не медицинский только термин. Информационную «пандемию» можно рассматривать и как явление актуальной медийной практики, и как своего рода психологический феномен новейшего времени.

Ключевые слова: пандемия, инфопандемия, фейк, эмоции, стресс.

OLESHKO V. F.

«INFOPANDEMIC» AS A PHENOMENON MODERN MEDIA PRACTICE

Abstract: In the digital era, as the author proves, pandemic is not just a medical term. The information «pandemic» can be considered both as a phenomenon of current media practice, and as a kind of psychological phenomenon of modern times.

Keywords: pandemic, infopandemic, fake, emotions, stress.

Термин «пандемия» сегодня известен каждому человеку на планете в силу социальных трансформаций, происшедших с каждым из нас в новейшем времени. Большая медицинская энциклопедия дает ему следующее определение: «*pandemia* (греч. *Pandemia* весь народ в целом) — необычайно сильная эпидемия, распространившаяся на территории стран, континентов; высшая степень развития эпидемического процесса» [3]. Вместе с тем уникальность случившегося именно в цифровую эпоху предопределило широкое распространение другого, близкого по смыслу, и предельно актуального термина — «инфопандемия». Медики по аналогии именуют так то, что называют «информационной эпидемией по распространению новых сведений, сообщений в мировых масштабах» (Еремин А. Инфопандемия или ноогенез? // All-andorra.com. 2020. 02 апр. URL: <https://all-andorra.com/ru/aleksej-eremin-infopandemiya-ili-noogenez/> (дата обращения: 08.02.2021)), широко представляемых, начиная с 2003 года, когда мир последовательно был «атакован» атипичной пневмонией, птичьим и свиным гриппом. Медиаэксперты при этом акцентируют внимание на фейковом характере такого рода новостей [1] и формировании при их посредстве состояний паники,

когда неосведомленность, помноженная на желание не только не заболеть, но и уберечь родных, зачастую формирует несвойственные для людей поведенческие реакции. Многие из них также делают вывод, что «зачастую пики употребления слова “инфопандемия” совпадают с пиком заболеваемости. Для России, например, в 2020 году было показано два отчетливых пика в марте. В апреле, согласно заявлению Екатерины Мизулиной, директора Лиги безопасного интернета, в Рунете был зафиксирован 3701 фейк о COVID-19» [2].

Таким образом, инфопандемию, на наш взгляд, можно рассматривать, с одной стороны, как явление современной медийной практики, а с другой — как своего рода психологический феномен. Ведь пандемия коронавируса COVID-19 в 2020 году стала причиной изменения как стереотипов поведения людей, так и многих их повседневных, десятилетиями формировавшихся привычек. Согласно исследованию, опубликованному в «Обзрении психиатрии и медицинской психологии имени В. М. Бехтерева», «помимо многочисленных запретов, ограничений и правил, она повлекла за собой увеличение количества психических расстройств не только у людей со склонностью к подобным заболеваниям, но и у значительной массы населения, которая не сталкивалась с этой проблемой ранее» [4].

В связи с этим многократно возрастает ответственность не только журналистов, но и всех других субъектов информационной деятельности, за качество транслируемого контента. За откровенно фальсифицированную информацию и за фейки «об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан, или о принимаемых мерах по обеспечению безопасности населения и территорий, приемах и способах защиты от указанных обстоятельств» (Замахина Т. Вводится наказание за распространение фейков о коронавирусе // Российская газета. 2020. 31 марта), согласно внесенным поправкам в российское законодательство, отныне следуют строгие санкции. Такое деяние карается отныне штрафом от 300 до 700 тыс. рублей, исправительными работами на срок до 1 года, либо ограничением свободы до 3 лет. Вместе с тем практика свидетельствует, что не только такого свойства информация, но и излишняя эмоциональность авторов способствуют формированию состояний повышенного стресса массовой аудитории. А это, в свою очередь, является, как выяснили медики, фактором, способствующим снижению иммунитета и предрасположенности к заражению COVID-19 представителей самых различных возрастных групп.

Совместно со студентами направления «Журналистика» Уральского федерального и Югорского университетов мы попытались определить факторы эмоционального воздействия на аудиторию при распространении информационных сообщений на тему коронавирусной пандемии. Всего методом тематического мониторинга была проанализирована деятельность восьми федеральных, региональных СМИ и сетевых изданий, контент популярных мессенджеров (WhatsApp, Viber, Telegram) за апрель-май 2020 года, а также в соответствии с установкой на получение данного рода информации при проведении грантового исследования, было опрошено более 120 респондентов.

В итоге удалось выяснить ряд закономерностей. Во-первых, с точки зрения обращения за оперативной информацией почти три четверти респондентов отдавали предпочтение сетевым изданиям, вместе с тем для того, чтобы проверить, насколько она является «объективной/достоверной/правдивой/честной» (цит. ответов), они чаще всего использовали контент традиционных СМИ (56 %). Во-вторых, в числе наиболее авторитетных экспертов назывались прежде всего «вирусологи» (72 %), «врачи различных специализаций» (28 %), а вот «те, кто перенес инфекцию», по мнению 36 % опрошенных, зачастую «давали противоречивые рекомендации», «вносили панику», «отговаривали от лечения» или «не могли дать каких-то внятных объяснений». В-третьих, повышенная эмоциогенность характеризовала сообщения, транслируемые при посредстве социальных сетей. Причем они чаще всего строились по определенному шаблону: не было ссылок на официальные источники информации, использовался личностный фактор (знакомство с неким врачом, госслужащим, очевидцем), в сообщении проводились аналогии с широко освещенными в СМИ событиями, была соответствующая экспрессивная (иногда даже ненормативная) лексика.

Инфопандемию как явление можно охарактеризовать при посредстве такого яркого примера актуальной медиапрактики. По соцсетям мгновенно разлетелась трагическая, буквально взорвавшая интернет новость. Двое из пятнадцати авторов анимационных проектов, отобранных кураторами фестиваля «Кинопроба», умерли от коронавируса, а еще трое не выходят на связь. Пост о погибших от пандемии девочках, рисовавших детские мультфильмы, стали публиковать на своих страницах известные режиссеры, артисты, политики, пересылать в сообщениях равнодушные россияне. Но вскоре «стало известно, что никаких погибших девочек-мультипликаторов нет и никогда не существовало. Их придумал 29-летний социальный педагог из Липецка, который очень-очень хотел победить в конкурсе анимационных проектов фестиваля “Кинопробы” и для этого создал пятерых вымышленных авторов. Так сказать, чтобы подстраховаться» (Рашкин В. Реальные жертвы COVID // Эхо Москвы. 2020. 10 дек. URL: https://echo.msk.ru/blog/v_rashkin/2755902-echo/ (дата обращения: 23.02.2021)).

Новые информационные технологии открывают широкие перспективы, в первую очередь для творчества. Но COVID-19 остро поставил вопрос не только о так называемых «запретительных» мерах в отношении информационной деятельности манипулятивного характера. Эффективная система медиаобразования в новых условиях должна в равной степени касаться как потребителей, так и создателей продукции медиа, которые, к сожалению, зачастую даже не предполагают, что последствия их деятельности все чаще приходится устранять медикам различных специализаций.

Литература

1. Ершова А. Инфопандемия: кто и зачем распространяет фейки о коронавирусе // Международная жизнь. — 2020. — 4 апр. URL: <https://interaffairs.ru/news/show/25964> (дата обращения: 08.02.2021)

2. Инфопандемия: что это и как с этим бороться? — Текст: электронный // Медицинский образовательный портал «Академия». — 2020. — 27 нояб. — URL: https://rumedo.ru/post/infopandemiya_chno_eto_i_kak_s_etim_borotsya (дата обращения: 24.02.2021).

3. Пандемия // БМЭ: Большая Медицинская Энциклопедия. — URL: <https://бмэ.орг/index.php/ПАНДЕМИЯ> (дата обращения: 04.02.2021).

4. Сорокин М. Ю. Психологические реакции населения как фактора адаптации к пандемии COVID-19 / М. Ю. Сорокин, Е. Д. Касьянов, Г. В. Рукавишников и др. // Обозрение психиатрии и медицинской психологии имени В. М. Бехтерева. — 2020. — № 2. — С. 87–94.